

## ДИСТАНЦИОННАЯ ТОРГОВЛЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМИ ПРЕПАРАТАМИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Е. Е. Чупандина, А. В. Кузёмкина, Т. И. Журавлева

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Поступила в редакцию 04.07.2022 г.

**Аннотация.** Проведен анализ законодательных особенностей организации дистанционной торговли лекарственными препаратами (ЛП). Выявлены дополнительные законодательные барьеры для вхождения на рынок субъектов с правом реализации ЛП дистанционно по сравнению с классической моделью реализации ЛП через аптечную организацию (АО): наличие действующей не менее 1 года лицензии на фармацевтическую деятельность, необходимость наличия разрешения Росздравнадзора, наличие сайта или договора с юридическим лицом (ЮЛ), являющимся владельцем агрегатора информации, необходимость наличия собственной курьерской службы, ограничение на дистанционную торговлю для ИП, запрет на реализацию ЛП рецептурного отпуска. В статье представлены результаты анкетирования 150 потребителей ЛП, посвященного особенностям потребительского поведения при приобретении ЛП, минуя привычное посещение АО. Установлено, что наибольшее число пользователей сервисов по заказу и доставке ЛП приходится на возрастную группу 18-44 лет, потребительские привычки которых связаны с приобретением большинства товаров через Интернет. В более старших возрастных группах выявлена тенденция к снижению доли интернет-заказов в пользу очного посещения АО. Выявлены практические ограничения для приобретения ЛП через Интернет, среди наиболее значимых – увеличение времени получения заказа, наличие минимальной суммы заказа, отсутствие возможности получения очной консультации фармацевтического работника. Среди преимуществ приобретения ЛП через Интернет потребителями отмечены: возможность приобретения товара по более выгодным ценам (поскольку цена при дистанционном заказе зачастую существенно ниже цены в АО), экономия времени на оформление заказа по сравнению с необходимостью посещения АО, увеличение времени на выбор товара, удобство в сравнении цен между разными АО, отсутствие очередей. Установлено, что используемые потребителями сервисы заказов ЛП в законодательном аспекте не являются сервисами дистанционной торговли, а предполагают только процедуру бронирования ЛП в АО. Выявленное противоречие свидетельствует о недостаточном понимании потребителями принципов дистанционной торговли ЛП, что не влияет на процесс потребления ЛП. Анализ средней суммы интернет-заказа по сравнению со средним чеком АО показал, что средняя сумма заказа в 2 раза превышает средний чек в аптеке (250-350 руб.), что преимущественно связано с наличием минимальной суммы заказа.

**Ключевые слова:** дистанционная торговля, фармацевтический рынок, лекарственные препараты, потребители, интернет-аптека, аптечная организация.

На современном этапе развития фармацевтического рынка, который характеризуется усилением конкурентной борьбы с одной стороны и снижением покупательской способности населения ввиду падения реальных доходов с другой стороны, аптечные организации (далее – АО) находятся в поиске новых эффективных инструментов повышения конкурентоспособности, обеспечения выживаемости и максимизации прибыли. Одним из таких инструментов стало развитие дистанционной торговли лекарственными препаратами (далее – ЛП) [1-3].

Триггерами дистанционной торговли послужили как общерыночные тренды - информатизация мира, стремительное развитие цифровых технологий, рост доли онлайн-продаж на розничных рынках различной отраслевой принадлежности, так и усугубившиеся проблемы внутри розничного сектора фармацевтического рынка [4, 5]. К таким проблемам относятся: снижение качества обслуживания потребителей в АО, выражающееся в тотальном уходе от необходимости фармацевтического консультирования потребителей в пользу скорости обслуживания и навязывания высокомаржинальных товаров, переориентация потре-

бителей с ЛП на товары собственных торговых марок, чрезмерное навязывание дополнительных, зачастую ненужных потребителям товаров [6-8].

В силу законодательных ограничений и особенностей ЛП как товара, формат дистанционной торговли долгое время был недоступен для фармацевтического рынка. Однако обострившиеся проблемы в фармацевтическом ритейле в совокупности с пандемией COVID-19 ускорили процесс введения дистанционного способа торговли в розничную торговлю ЛП.

Весной 2020 года были внесены изменения в статью 55 ФЗ-61 «Об обращении лекарственных средств», непосредственно разрешающие дистанционную продажу ЛП для медицинского применения, за исключением отпускаемых по рецепту, наркотических и психотропных, а также лекарств, содержащих более 25% этилового спирта. Законодательная норма существенно изменила ситуацию на розничном рынке ЛП и открыла возможности для одних участников рынка и ввела непреодолимые барьеры для других.

Цель настоящего исследования – анализ особенностей нормативно-правового регулирования и потребительского поведения при дистанционном способе торговли ЛП.

## МЕТОДИКА ЭКСПЕРИМЕНТА

Объектом исследования выступила дистанционная торговля ЛП. Предметом исследования – нормативно-правовые и практические особенности дистанционной торговли ЛП. В качестве эмпирической базы были использованы данные заочного анкетирования 150 потребителей ЛП в АО г. Воронежа, проведенного в январе-марте 2022 года, данные официальных интернет-сайтов АО г. Воронежа, нормативно-правовые акты, специальная литература и материалы периодической печати по проблемной области исследования. Исследование особенностей дистанционной торговли ЛП проводилось следующими методами: контент-анализ нормативно-правовых документов и научной литературы по предметной области исследования, сравнительный анализ, заочное анонимное анкетирование потребителей ЛП с последующей обработкой и анализом полученных результатов применительно к целям исследования. Обработка полученных результатов проводилась с использованием Microsoft Excel.

## ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В настоящее время нормативно-правовое регулирование дистанционной торговли ЛП осу-

ществляется следующими законодательными документами: Постановление Правительства РФ № 697 «Об утверждении правил выдачи разрешения на осуществление розничной торговли ЛП для медицинского применения дистанционным способом, осуществления такой торговли и доставки указанных ЛП гражданам», Постановление Правительства РФ от 31.05.2021 № 827, утвердившим изменения к первому Постановлению, Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. От 26.03.2022) «Об обращении лекарственных средств» (ст.55), Гражданский Кодекс РФ (статья 497), Закон № 2300-1 «О защите прав потребителей» (статья 26.1) [9-13].

Для осуществления дистанционной торговли ЛП АО необходимо выполнить ряд нормативно-правовых требований: иметь лицензию на фармацевтическую деятельность не менее 1 года, разрешение Росздравнадзора, наличие сайта или договора с юридическим лицом – владельцем агрегатора информации, наличие собственной курьерской службы.

Разрешение дистанционной торговли ЛП открыло розничный рынок ЛП для АО, заключивших договоры с цифровыми посредниками, при наличии лицензии на фармацевтическую деятельность и разрешения Росздравнадзора, что существенно обострило конкуренцию на рынке безрецептурных ЛП. Вместе с тем, АО, получившие лицензию менее 1 года назад, индивидуальные предприниматели, имеющие лицензию на фармацевтическую деятельность, полностью лишены возможности осуществлять дистанционную торговлю ЛП [14-16]. Это создает неравные предпринимательские условия для участников розничного фармацевтического рынка. Реализация экспериментального правового режима для тестирования возможности продажи рецептурных ЛП дистанционным способом (за исключением наркотических, психотропных препаратов, а также сильнодействующих ЛП, содержащих малые дозы наркотических и психотропных веществ и их прекурсоров, и препараты с объемной долей этилового спирта более 25%), который в настоящий момент реализуется в ряде регионов указывает на дальнейшее внедрение цифровых инноваций в розничную торговлю ЛП, что не может не оказать влияния на потребительское поведение населения [17-19].

Для оценки цифровой готовности и грамотности населения в части дистанционной торговли ЛП было осуществлено заочное анкетирование

150 респондентов-посетителей АО г. Воронежа. Структура респондентов включала 6 групп по градации ВОЗ [20]: преобладающей категорией оказалась группа потребителей от 45 до 59 лет (45%), меньший удельный вес составляет категория 18-44 лет (35%) (рис. 1).

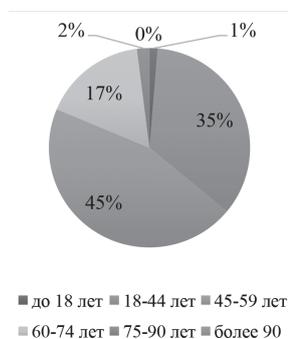


Рис. 1. Распределение респондентов по возрасту

Результаты использования/не использования дистанционных способов торговли ЛП показали, что по мере увеличения возраста респондентов склонность к использованию цифровых сервисов для приобретения ЛП снижается (рис. 2), что укладывается в общую тенденцию цифровой грамотности населения РФ.



Рис. 2. Структура пользователей цифровых инструментов при приобретении ЛП внутри возрастных групп

В сфере обращения лекарственных средств наибольшая доля пользователей сервисов дистанционной торговли отмечена в возрастной группе 18-44 лет (66%). При переходе к более старшим возрастным группам отмечается обратная зависимость - снижается число пользователей цифровых инструментов дистанционной торговли ЛП: 43,3% респондентов группы 45-59 лет, 19% группы 60-74 лет, использование дистанционного заказа ЛП для группы 75 лет и старше - не установлено.

Выявленная зависимость подтверждается результатами сравнительного анализа частоты посещения АО (рис. 3) и частоты заказов ЛП дистанционным способом (рис. 4) с выявлением тенденции: наиболее часто АО посещают потребители пожилого и старшего пожилого возраста (от 2-3 раз в месяц до 1 раза в неделю) – рис.3.

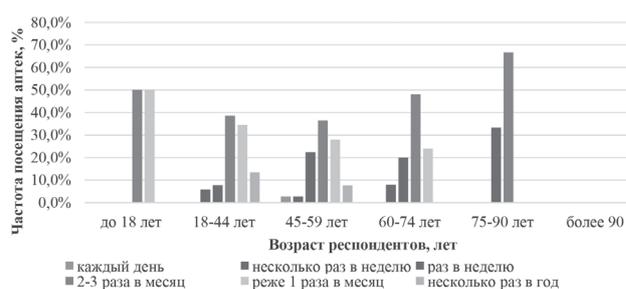


Рис. 3. Распределение частоты посещения АО в зависимости от возраста

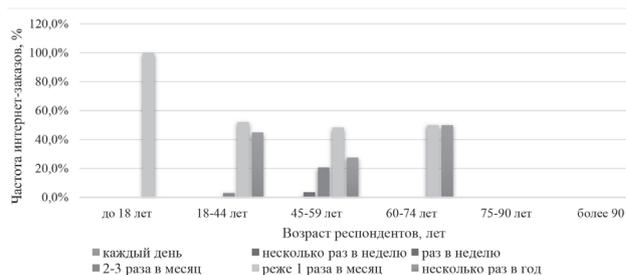


Рис. 4. Распределение частоты интернет-заказов ЛП в зависимости от возраста

Однако, как следует из анализа рис. 4, данные возрастные группы редко заказывают ЛП через Интернет (в группе 75-90 лет никогда, в группе 60-74 лет реже 1 раза в месяц или несколько раз в год). Это свидетельствует с одной стороны, о низкой цифровой грамотности лиц старшего возраста и отсутствии умений и навыков работы с компьютером и оформления интернет-заказов, а с другой стороны, о приверженности лиц исследуемой возрастной группы к традиционным формам приобретения товаров, т.е. через очное посещение АО, общение с фармацевтическим работником и получение консультации. Опрос молодых респондентов (18—44 года) и респондентов среднего возраста (45-59 лет) показал, что для данных возрастных групп частота посещения АО снижается с 2-3 раз в месяц до реже 1 раза в месяц. При этом частота интернет-заказов по отношению к очному посещению АО существенно меньше, однако превышает аналогичный показатель для старшей и пожилой возрастных групп. Причина этого заключается в выявленных отрицательных сторонах дистанционной торговли (рис. 5).

Оценка преимуществ и недостатков дистанционной торговли ЛП по мнению респондентов была осуществлена по 10-балльной номинальной шкале: где 1 – абсолютно неважно, 10-очень важно и дальнейшему расчету среднего балла каждого из факторов. Как следует из рис. 5, наиболее критичными из них являются: увеличение времени получения заказа, который в отдельных сервисах доходит до нескольких дней, наличие минимальной

суммы заказа, что влечет дополнительные незапланированные расходы и вероятность приобретения ненужных товаров, отсутствие контакта с фармацевтическим работником для получения полноценной консультации, а также отсутствие умений/возможностей заказывать товар дистанционно.

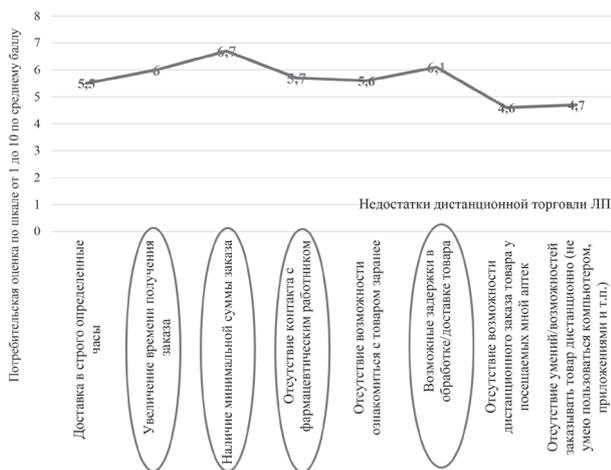


Рис. 5. Потребительская оценка недостатков дистанционной торговли ЛП по среднему баллу

Наряду с недостатками респонденты отметили положительные стороны дистанционной торговли ЛП, которые формируют ее преимущества перед традиционным способом покупки ЛП – походом в АО.

К наиболее важным преимуществам были отнесены: возможность приобретения товара по более выгодным ценам (поскольку цена при дистанционном заказе зачастую существенно ниже цены в АО), удобство в сравнении цен между разными АО, экономия времени на оформление заказа по сравнению с необходимостью посещения АО, возможность детального изучения ассортимента, отсутствие очередей (рис.6). Прочие факторы не являются для потребителей решающими для отказа от очного посещения аптеки и рассматриваются как несущественные.

Последующий сравнительный анализ средней стоимости интернет-заказа и средней стоимости чека показал, что сумма заказа с использованием дистанционных технологий при среднем чеке АО г. Воронежа 250-350 руб. (по данным АО г. Воронежа на апрель 2022 г.) как минимум в 2 раза больше (рис. 7).

Этот факт связан с наличием в большинстве сервисов минимальной суммы для заказа дистанционным способом, и отмечен потребителями как недостаток дистанционной торговли ЛП, который вынуждает их нести дополнительные затраты.

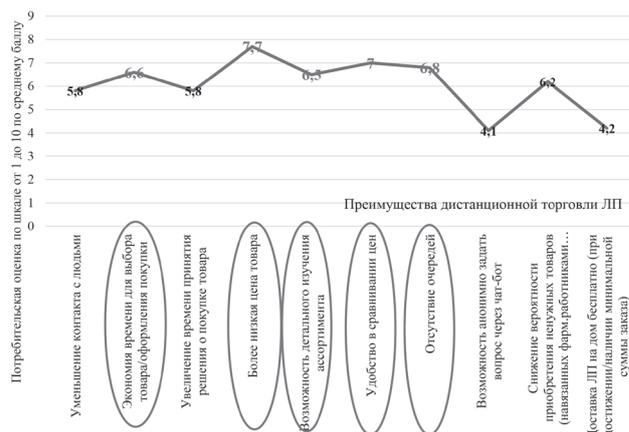


Рис. 6. Потребительская оценка преимуществ дистанционной торговли ЛП по среднему баллу

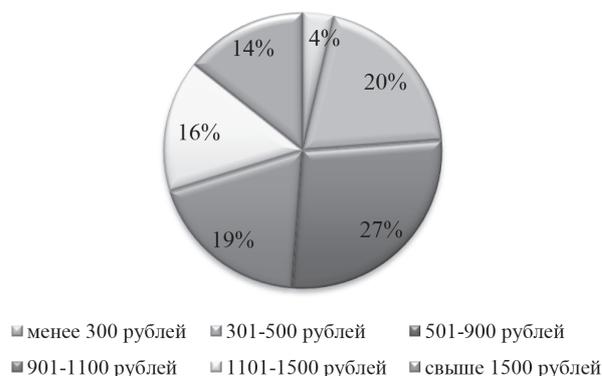


Рис. 7. Анализ средней стоимости дистанционного заказа ЛП, руб

В ходе дальнейшего анализа было выявлено, что лидирующую позицию среди сервисов дистанционной торговли у респондентов занимает сервис АптекаРу – 69.4%, что отражает общероссийский тренд. Однако, обращаясь, к Постановлению Правительства № 697, дистанционная торговля включает в себя прием, формирование, хранение и доставку заказов на ЛП, а также отпуск ЛП [10]. В свою очередь, сервис АптекаРу не осуществляет доставку заказа на дом: получение потребителем интернет-заказов осуществляется в ближайшей аптеке, подключенной к этому сервису, т.е. данный ресурс не представляет собой в полной мере формат дистанционной торговли.

Некорректное представление потребителей об организации дистанционной торговли и низкая частота использования действительных сервисов приобретения ЛП, минуя посещение АО, показывает удовлетворенность потребителей существующими форматами покупки ЛП. Это свидетельствует о том, что потребители стремятся использовать полноту преимуществ дистанцион-

ного способа заказа товара, максимально нивелируя для себя его недостатки. Получение заказа потребители отождествляют только с АО, где процесс передачи товара идет из рук фармацевта/проvizора и остается возможность получить полноценную фармацевтическую консультацию.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разрешение дистанционной торговли открыло возможности для участия в розничной торговле ЛП (безрецептурный отпуск) новых крупных участников – маркетплейсов, существенно расширило целевую аудиторию для АО, имеющих разрешение на дистанционную торговлю ЛП. Это увеличило конкурентную борьбу за конечного потребителя среди участников розничного фармацевтического рынка, сформировало основы для дальнейшей цифровизации лекарственного обслуживания населения в части рецептурного отпуска. Вместе с тем, нормативно-правовые ограничения для участия индивидуальных предпринимателей в дистанционной торговле создали для последних неравные условия ведения предпринимательской деятельности, что требует поиска путей решения возникшей ситуации для уравнивания возможностей всех участников рынка.

Разрешение дистанционной торговли ЛП для конечных потребителей ЛП открыло новый способ приобретения ЛП, которым в силу различий в цифровой грамотности населения, преимущественно пользуется только активная часть населения. Для Воронежской области такой группой выступила возрастная группа до 44 лет. Продвижение дистанционного способа продажи ЛП среди остальных возрастных групп населения, усовершенствование цифровых инструментов, используемых в дистанционной торговле, представляется перспективными путями развития розничной торговли ЛП безрецептурного ассортимента АО, а также основой для последующего перехода рецептурного отпуска в цифровые форматы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чернов И.В. // Гуманитарий Юга России. 2021. №1. С.121-132.
2. Кан Хао // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2022. №2. С.149-154.
3. Веригина А.В., Коваль Д.В. // Экономика. Налоги. Право. 2022. №1(11). С.94-104.
4. Красильникова Е.А., Никишина А.Ф. // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №4-2. С.217-221.
5. Романова А.Э. // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2019. №3. С.120-124.
6. Хлынова Н.Н. // Бюллетень медицинских интернет-конференций 2017. Т.7. №5. С. 721.
7. Басегян А.Б., Назарян Л.Г. // West Kazakhstan Medical Journal. 2020. №2. С. 157-163.
8. Егорова А.В. // Современная организация лекарственного обеспечения. 2021. Т.8. №1. С. 46 - 49.
9. Федеральный закон от 12.04.2010 г. №61-ФЗ (ред. от 22.12.2020 г.) «Об обращении лекарственных средств» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021 г.), URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_99350](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_99350) (дата обращения: 20.05.2022).
10. Постановление Правительства РФ № 697 «Об утверждении правил выдачи разрешения на торговлю лекарственными препаратами дистанционным способом, осуществления такой торговли и доставки указанных лекарственных препаратов гражданам и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросу розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом» от 16.05.2020 г., URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_352724](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_352724) (дата обращения: 20.05.2022).
11. Постановление Правительства РФ от 31.05.2021 № 827 «О внесении изменений в Правила выдачи разрешения на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом, осуществления такой торговли и доставки указанных препаратов гражданам», URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_385619](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385619) (дата обращения: 20.05.2022).
12. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей», URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305) (дата обращения: 20.05.2022).
13. Федеральный закон от 03.04.2020 г. №105-ФЗ «О внесении изменений в статью 15.1 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» от 03.04.2020 (последняя редакция), URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_383345](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_383345) (дата обращения: 20.05.2022).
14. Королева М.А // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2016. Т.5. №.5. С. 332.
15. Мирошниченко Н.Ф. // Вестник Южно-Российского Государственного Технического Университета. 2021. Т.14. №4. С. 66 – 72.

16. Корнилова Н.В., Барабачкова М.Н. // E-Scio. 2019. №10. С.368-374.

17. Лонский И.И. // Перспективы науки и образования. 2015. №2 (14). С.29-35.

18. Бондаренко В.А., Иванченко О.В. // Практический маркетинг. 2018. №7. С. 29-35.

19. Сведения об итогах осуществления в 2021 году контроля и надзора за обращением лекар-

ственных препаратов приведены в проекте решения коллегии Росздравнадзора от 9 декабря 2021 года, URL: [roszdravnadzor.gov.ru/documents/75255](https://roszdravnadzor.gov.ru/documents/75255) (дата обращения: 20.05.2022).

20. Возрастная классификация ВОЗ, URL: <https://citifox.ru/2016/05/05/vozrastnaya-klassifikaciya-vsemirnoy/> (дата обращения: 20.05.2022).

*Воронежский государственный университет*  
Чупандина Е. Е., доктор фармацевтических наук, профессор, заведующий кафедрой управления и экономики фармации

E-mail: [chupandina@vsu.ru](mailto:chupandina@vsu.ru)

Кузёмкина А.В., кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры управления и экономики фармации

E-mail: [alexzenkina@mail.ru](mailto:alexzenkina@mail.ru)

\*Журавлева Т.И., ассистент кафедры управления и экономики фармации

E-mail: [taniazh48@gmail.com](mailto:taniazh48@gmail.com)

*Voronezh State University*  
Chupandina E. E., PhD., DSci., Head of the Department of Management and Economics of Pharmacy

E-mail: [chupandina@vsu.ru](mailto:chupandina@vsu.ru)

Kuzemkina A.V., PhD., Associate Professor of the Department of Management and Economics of Pharmacy

E-mail: [alexzenkina@mail.ru](mailto:alexzenkina@mail.ru)

\*Zhuravleva T.I., Assistant of the Department of Management and Economics of Pharmacy

E-mail: [taniazh48@gmail.com](mailto:taniazh48@gmail.com)

## DISTANCE SELLING OF MEDICINES: REGIONAL ASPECT

E. E. Chupandina, A.V. Kuzemkina, T.I. Zhuravleva

*Voronezh State University*

**Abstract.** The analysis of the legislative features of the organization of distance selling of medicines has been carried out. Following legislative barriers have been identified for an entity to enter the market with the right to sell medicines remotely compared to the classical model of selling medicines through a pharmacy shop: a pharmaceutical license that had been valid for 1 year at least; Federal Service for Surveillance in Healthcare permit; own website or agreement with the aggregator company and courier service in property. In addition, distance selling for sole entrepreneurs and distance selling of prescription medication are strictly prohibited. The article presents the results of a survey of 150 consumers which had been devoted to the peculiarities of consumer behavior when purchasing drugs bypassing the familiar visit to the pharmacy. It is established that the majority of users of medicines ordering and delivery services falls on the age group of 18-44 years, whose consumption habits are associated with the purchase of most goods via the Internet. In older age groups a trend to reducing the share of online orders in favor of face-to-face visits to pharmacies is shown. Practical limitations for the purchase of drugs via the Internet have been identified. Among the most significant are the following: an increase in the time to receive an order, the presence of a minimum order amount, the lack of the possibility of obtaining a face-to-face consultation of a pharmaceutical professional. Among the advantages of purchasing medicaments via the Internet, consumers mention: the possibility of purchasing goods at more favorable prices (since the price for remote ordering is often significantly lower than the price at the pharmacy), saving time on ordering compared an actual visit to the pharmacy, increasing in time available to choose the goods, convenience in comparing prices between different companies, the absence of queues. The fact has been established, that the drug ordering services used by consumers are not legally distance selling services, but are ones than allow only the procedure for booking a medicine at a pharmacy. The revealed contradiction indicates a lack of consumer understanding of the principles of distance selling of medicines, which, however, does not affect

the process of medicines consumption. The analysis of the average online-order value (AOV) compared to the average check of a retail pharmacy showed that the AOV amount is 2-times higher than the average check in a pharmacy (250-350 rubles), due to the presence of a minimum online-order amount presumably.

*Keywords:* distance selling, pharmaceutical market, medicines, consumers, online-pharmacy, retail pharmacy.

## REFERENCES

1. Chernov I.V., Humanities of the south of Russia, 2021, Vol.1, pp. 121-132.
2. Kang Hao, Proceedings of the St. Petersburg State University of Economics, 2022, Vol. 2, pp. 149-154.
3. Verigina A.V., Koval D.V., Economics. Taxes. Law, 2022, Vol.1 (11), pp. 94-104.
4. Krasilnikova E.A., Nikishina A.F., Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law, 2019, Vol. 4 (2), pp. 217-221.
5. Romanova A.E., Bulletin of N. I. Lobachevsky Nizhny Novgorod University, 2019, Vol. 3, pp.120-124.
6. Khlynova N.N., Bulletin of Medical Internet Conferences, 2017, Vol. 5 (7), pp. 721.
7. Bacegyan A.B., Nazaryan L.G., West Kazakhstan Medical Journal, 2020, Vol. 2, pp. 157-163.
8. Egorova A.V., Modern organization of drug provision, 2021, Vol.1 (8), pp. 46-49.
9. Federal law of 12.04.2010 № 61-FZ (ed. from 22.12.2020) "On the circulation of medicines" (with amendments and additions, in force from 01.01.2021), URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_99350](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_99350) (accessed 20 March 2022).
10. Resolution of the Government of the Russian Federation № 697 of 16.05.2020 "On Approval of the Rules for Issuance of Permission to Sell Medicinal Products by Distance Selling, Selling and Delivering Medicinal Products to Citizens and on Amendments to Some Acts of the Government of the Russian Federation on the Issue of Distance Selling Medicinal Products for Medical Use", URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_352724](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_352724) (accessed 20 March 2022).
11. Resolution of the Government of the Russian Federation of 31.05.2021 № 827 "On amendments to the Rules for issuance of permission to conduct retail trade in medicinal drugs for medical use using a distant method, the conduct of such trade and the delivery of such drugs to citizens", URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_385619](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385619) (accessed 20 March 2022).
12. Law of Russian Federation of 07.02.1992 N 2300-1 (ed. on 11.06.2021) "On Protection of Consumer Rights", URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305) (accessed 20 March 2022).
13. Federal Law №105-FZ of 03.04.2020 "On Amending Article 15.1 of Federal Law "On Information, Information Technologies and Protection of Information" and Federal Law "On Circulation of Medicines" dated 03.04.2020 (latest revision), URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_383345](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_383345) (accessed 20 March 2022).
14. Koroleva M.A., Bulletin of Medical Internet Conferences, 2016, Vol.5 (5), pp. 332.
15. Miroshnichenko N.F., Bulletin of South Russian State Technical University, 2021, Vol.4 (14), pp. 66 - 72.
16. Kornilova N.V., Barabachkova M.N., E-Scio, 2019, Vol. 10, pp. 368-374.
17. Lonsky I.I., Perspectives of science and education, 2015, Vol. 2 (14), pp.29-35.
18. Bondarenko V.A., Ivanchenko O.V., Practical Marketing, 2018, Vol. 7, pp. 29-35.
19. Information on the results of control and supervision over the circulation of medicines in 2021 is given in the draft decision of the board of Roszdravnadzor of December 9, 2021, URL: [roszdravnadzor.gov.ru/documents/75255](http://roszdravnadzor.gov.ru/documents/75255) (accessed 20 March 2022).
20. WHO age classification, URL: <https://citifox.ru/2016/05/05/voznrastnaya-klassifikaciya-vsemirnoy/> (accessed 20 March 2022).